

CEETEPS - CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA
“PAULA SOUZA” - ETEC DR. ADAIL NUNES DA SILVA

TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

ADILSON NASCIMENTO DOS SANTOS
ANDREY GABRIEL DE SOUZA BARBOSA
JAMIRES DE FÁTIMA COLOMBO
JONATHAN JUNIO CARVALHO DA SILVA

LMS TECH

TAQUARITINGA/SP

2022

CEETEPS - CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA
“PAULA SOUZA” - ETEC DR. ADAIL NUNES DA SILVA

LMS TECH

Trabalho de Conclusão de Curso apresentada à
CEETEPS – Centro Estadual de Educação
Tecnológica “PAULA SOUZA” – ETEC Dr.
Adail Nunes da Silva como requisito parcial
para obtenção do grau de Nível Médio, como
Técnico em Administração.

Orientador: Professor Ricardo José Sartor

TAQUARITINGA/SP

2022

Dedicatória

Este trabalho é resultado de todo esforço e dedicação que empenhamos durante nossa trajetória pelo curso. Dedicamos o mesmo a todos que contribuíram de alguma maneira no decorrer de seu desenvolvimento.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos primeiramente a Deus que desde o início têm nos ajudado em meio a tantos obstáculos, em especial a todos da “Etec Dr. Adail Nunes da Silva”. Gostaríamos de agradecer também os professores que nos auxiliaram na produção deste projeto, em destaque os professores Ricardo Jose Sartori e Luiz Gustavo Caracini, que nos proveram seus conhecimentos para a confecção dos capítulos. Por fim agradecemos a todos os nossos familiares e amigos, que nos deram todo apoio durante nossa trajetória.

***“Para ter um negócio de sucesso, alguém,
algum dia, teve que tomar uma atitude de
coragem .”***

(Peter Drucker)

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
2. A EMPRESA.....	12
2.1 Passo a passo para abertura de uma empresa.....	12
2.1.1 Consulta de viabilidade	12
2.1.2 Junta comercial ou cartório de Registro PJ	13
2.1.3 CNPJ	13
2.1.4 Inscrição e Registro.....	14
2.1.5 Alvará do Corpo de Bombeiros	14
2.1.6 Alvará de Funcionamento da Prefeitura	14
2.1.7 Cadastro de Previdência	15
2.1.8 Aparato Fiscal	15
2.2 Razão Social	15
2.3 Nome Fantasia	16
2.4 CNAE.....	16
2.5 Localização.....	16
3. A GESTÃO	17
3.1 Missão	17
3.2 Visão.....	17
3.3 Ética e Valores	17
3.4 Responsabilidade Social.....	17
3.5 Comprometimento com o meio ambiente	18
3.6 Diferencial da empresa	18
4. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO.....	19

4.1	Objetivos da área.....	19
4.2	Objetivos da empresa.....	19
4.2.1	Curto Prazo (1 ano e meio a 2 anos)	19
4.2.2	Médio Prazo (2 a 5 anos)	19
4.2.3	Longo Prazo (+5 anos).....	20
5.	ÁREA DE MARKETING - GESTÃO MERCADOLÓGICA.....	21
5.1	Objetivos da área.....	21
5.2	Análise SWOT	21
5.2.1	Forças	21
5.2.2	Fraquezas.....	21
5.2.3	Oportunidades.....	22
5.2.4	Ameaças	22
5.3	Objetivos de Marketing	22
5.4	4 P's.....	11
5.4.1	Produto.....	11
5.4.2	Preço	11
5.4.3	Praça.....	11
5.4.4	Promoção	11
5.6	Estratégias.....	12
5.6.1	Público-alvo	14
5.6.2	Posicionamento.....	14
5.6.2.1	Logotipo e slogan	14
6.	ÁREA DE PRODUÇÃO PARA SERVIÇO	15
6.1	Objetivos.....	15

6.2 FLUXO DE SERVIÇO	16
7. ÁREA FINANCEIRA	18
7.1 Orçamento Empresarial - Investimento inicial do negócio (<i>Budget</i>)	18
7.2 Evolução do Faturamento – Receita x Despesas (<i>Forecast</i>)	18
7.3 Ponto de Equilíbrio	20
7.4 RCI – Retorno do capital investido ou prazo de retorno do investimento (<i>Payback</i>)	20
8. ÁREA DE RECURSOS HUMANOS	21
8.1 Objetivos.....	21
8.2 Organograma Funcional.....	21
8.3 Descrição de cada cargo/função	21
8.3.1. Administrador	21
8.3.2 Gerente de Marketing.....	22
8.3.3 Desenvolvedor Web (Técnico).....	22
8.4 Necessidades de Recursos Humanos / Benefícios / Treinamento Desenvolvimento (T & D)	22
8.5 Recrutamento e Seleção de Pessoal	22
8.6 Sindicatos (Patronal e dos Empregados) / Salários	23
8.7 Segurança, medicina no Trabalho e CIPA - Comissão Interna de Prevenção de Acidentes: Normas Regulamentadoras NRs.....	23
8.7.1 CIPA	23
8.7.2 NR's	23
9. TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO	25
10. CONSIDERAÇÕES FINAIS	26

LISTA DE FIGURAS

Figura 1-Vista aérea do local da empresa	13
Figura 2- Quadro 1- Classificação Nacional da Atividade Econômica	16
Figura 3- Propaganda para redes sociais.....	13
Figura 4- Logotipo e slogan	14
Figura 5- Fluxo de serviço	16
Figura 6- Organograma funcional.....	21

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1-Representação Mensal Despesas Fixas-	18
Gráfico 2- Representação Mensal Despesas Variáveis.....	19
Gráfico 3- Evolução do Faturamento da empresa.....	19
Gráfico 4-Ponto de Equilíbrio.....	20
Gráfico 5- Payback (Prazo de Retorno)	20

RESUMO

O Desenvolvimento Web é importante pois é responsável por toda a infraestrutura de páginas, portais e aplicativos, tanto a visível quanto a que o usuário não vê, mas que faz toda a diferença na experiência ao utilizá-lo. O objetivo deste trabalho é verificar a viabilidade de desenvolvimento de uma empresa desenvolvedora de sites e aplicativos para dispositivos moveis, sediada na cidade de Taquaritinga-SP. A metodologia utilizada foi a pesquisa bibliográfica de dados secundários e a coleta de dados primários com potenciais clientes para verificar a viabilidade do negócio. Após o desenvolvimento das várias etapas desse plano de negócio, pode-se verificar que a ideia é viável e que, se trabalhada conforme planejado, pode trazer rentabilidade aos sócios.

Palavras-chave: Desenvolvimento de software, plano de negócios, inovação.

ABSTRACT

Web Development is important because it is responsible for the entire infrastructure of pages, portals and applications, both visible and unseen, but which makes all the difference in the experience when using it. The objective of this work is to verify the feasibility of developing a company that develops websites and applications for mobile devices, based in the city of Taquaritinga-SP. The methodology used was the bibliographic research of secondary data and the collection of primary data with potential customers to verify the business viability. After the development of the various stages of this business plan, it can be seen that idea is viable and that, if worked out as planned, it can bring profitability to the partners.

Keywords: Software development, business plan, innovation

1. INTRODUÇÃO

O Desenvolvimento Web codifica os sites, páginas, portais e aplicativos para web. Assim, é o responsável por toda infraestrutura tanto da parte visível quanto a parte por trás, que o usuário não vê, mas que faz a diferença na experiência ao utilizá-lo.

Segundo a última pesquisa realizada pela Agência Brasil, o número de usuários de internet no Brasil atingiu cerca de 152 milhões de usuários e pelo menos 5 milhões de buscas são feitas no Google por dia segundo o *Internet Live Stats*. Esses números mostram a importância de as empresas terem uma presença online, com o objetivo de impulsionarem seus negócios (USEMOBILE, 2022).

De acordo com Trepper (2000), o e-commerce ou comércio eletrônico, começou desde o início dos anos 60, mas apenas em 1994, que teve um grande acesso a equipamentos tecnológicos como computadores e a internet, que aumentou a relação entre empresas e consumidores através de negócios e transações eletrônicas. Para Albertin (2000), o comércio eletrônico é a realização de toda a cadeia de valor dos processos de negócio, num ambiente eletrônico, através da aplicação das tecnologias de comunicação e informação, atendendo aos objetivos do negócio.

Conforme pesquisa realizada no município de Taquaritinga, não existem empresas no mercado local de software web, que focam na personalização de serviços para os clientes.

A ideia é criar uma empresa que desenvolva e comercialize softwares web variados, visando sempre a vontade do cliente por meio de técnicas de coleta de informações, para assim desenvolver os mais variados sistemas de acordo com as demandas apresentadas. Nosso objetivo é implementar uma estratégia de personalização do serviço, de modo que o cliente se sinta à vontade para expor suas ideias e concepções a respeito dos sistemas requeridos.

2. A EMPRESA

Neste capítulo, serão observados os processos e documentações que foram necessários para a abertura da empresa.

2.1 Passo a passo para abertura de uma empresa

A seguir será mostrado o passo a passo seguido para a abertura da empresa.

2.1.1 Consulta de viabilidade

Na consulta de viabilidade é analisada a atividade econômica pretendida, onde se localiza o imóvel e o grau de risco da atividade, assim como os laudos necessários. Também é pesquisado sobre a existência de empresas constituídas com nomes empresariais idênticos ou semelhantes ao nome pesquisado. Essa é uma etapa obrigatória, que deve ser preenchida no site da junta comercial.

No relatório obtido, o contribuinte obterá uma avaliação prévia sobre a viabilidade de uso e ocupação do solo da atividade a ser executada em determinada localização e quais laudos serão necessários.

Com base na pesquisa realizada no site da Prefeitura Municipal de Taquaritinga (2022) os dados obtidos foram:

- Inscrição municipal: 01.004.0013.0056.001
- Endereço fiscal: Rua Libero Badaró, 37, Centro, 15905-018, Taquaritinga - SP
- Zona: 124 | Sigla: ZCR | Descrição: ZCR - ZONA COMERCIAL RESIDENCIAL
- Área do terreno: 487,30 m² | Área edificada: 178,67 m²



Figura 1-Vista aérea do local da empresa

FONTE: Prefeitura Municipal de Taquaritinga, 2022

2.1.2 Junta comercial ou cartório de Registro PJ

O registro legal de uma empresa é obtido na Junta Comercial do estado ou no Cartório de Registro de Pessoa Jurídica. Para as pessoas jurídicas, essa etapa é equivalente à obtenção da Certidão de Nascimento de uma pessoa física. A partir desse registro, a empresa existe oficialmente - o que não significa que ela possa começar a operar.

2.1.3 CNPJ

O CNPJ é o documento que legaliza a empresa junto à Receita Federal. Nele, além do número de CNPJ, constam:

- As atividades da empresa;
- Sua data de abertura;
- Endereço;
- Dados de contato;

- Nomes empresarial e fantasia;
- E tipo de empreendimento, como individual ou em sociedade.

2.1.4 Inscrição e Registro

Para as empresas que trabalham com a produção de bens e/ou com venda de mercadorias é necessário o registro na Secretaria Estadual da Fazenda, a chamada Inscrição Estadual.

Para a obtenção da Inscrição Estadual, é necessário registrar-se na Secretaria Estadual da Fazenda.

2.1.5 Alvará do Corpo de Bombeiros

O Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros (AVCB) no Estado de São Paulo, tem a finalidade de garantir e certificar que a empresa possa ter seu funcionamento regular, sendo necessário que a edificação passe por uma triagem e, sendo aprovado, poderá atuar em perfeitas condições de segurança.

Para a emissão do AVCB é necessário:

- Residir no Estado de São Paulo;
- Montar um projeto de segurança contra incêndios, através de técnico especializado;
- Encaminhar o projeto para o CBPMESP (Comando do Corpo de Bombeiros da Polícia Militar do Estado de São Paulo), sendo o Corpo de Bombeiros quem dará o aval para o andamento do processo e realizará as devidas vistorias no local da empresa;
- No Projeto Técnico deverá constar todos equipamentos e elementos de segurança.

2.1.6 Alvará de Funcionamento da Prefeitura

O alvará de funcionamento da Prefeitura Municipal de Taquaritinga, pode ser solicitado online através do preenchimento de um formulário disponibilizado pela Secretaria da Fazenda.

Será necessário anexar os seguintes documentos (digitalizados):

- Contrato Social e ou documento equivalente;
- Cartão CNPJ;
- Inscrição estadual (se houver);

- CPF, RG e Comprovante de Residência de todos os proprietários do estabelecimento;
- Autorização do proprietário para o uso do imóvel
- Declaração de livre acesso
- Registro no órgão de classe competente (Se houver)

2.1.7 Cadastro de Previdência

Para contratar funcionários, é preciso arcar com as obrigações trabalhistas sobre eles. Ainda que seja um único funcionário, ou apenas os sócios inicialmente, a empresa precisa estar cadastrada na Previdência Social e pagar os respectivos tributos.

Para isso, o representante deve se dirigir à Agência da Previdência de sua jurisdição para solicitar o cadastramento da empresa e seus responsáveis legais, sendo o prazo para o cadastramento de 30 dias após o início das atividades

2.1.8 Aparato Fiscal

O Aparato Fiscal deve ser solicitado à Prefeitura de Taquaritinga, para que ela possa emitir notas fiscais (físicas ou eletrônicas) e fazer a autenticação nos livros fiscais.

O manual para a solicitação do aparato fiscal pode ser obtido no site da Prefeitura Municipal de Taquaritinga em endereço próprio (<https://www.taquaritinga.sp.gov.br/Arquitetura/downloads/nfe/manual-VAF-Nfe-TAQUARITINGA.pdf>).

Serão necessários os seguintes documentos:

- CNPJ/CPF do Escritório de contabilidade;
- Nome do Contador, CPF, RG e CRC;
- Havendo mais de 1(um) contador(a), descrever.
- Endereço completo;
- Número do telefone de contato; e
- Endereço de e-mail.

2.2 Razão Social

AJA SOLUÇÕES- LTDA

2.3 Nome Fantasia

LMS TECH

2.4 CNAE

Setor de atividade	62.0 - Atividade dos Serviços da Tecnologia da Informação
Classe	62.01-5 - Desenvolvimento de programas de computador sob encomenda
Subclasse	62.01-5/02 Web Design

Figura 2- Quadro 1- Classificação Nacional da Atividade Econômica

Fonte: IBGE, 2022

2.5 Localização

Bairro: Centro

Rua: Libero Badaró

Nº: 37 CEP: 15900-000

3. A GESTÃO

Neste capítulo serão abordadas as questões que envolvem a gestão da empresa, como suas responsabilidades e objetivos.

3.1 Missão

É o propósito de a empresa existir.

Nossa missão como empresa é desenvolver Softwares que possibilitam que ideias de negócios cresçam no mercado e colocar as empresas no radar comercial.

3.2 Visão

A visão da empresa pode ser definida como a situação em que a empresa deseja chegar em um período.

A nossa visão é figurar entre as empresas mais influentes no mercado brasileiro de Desenvolvimento Web.

3.3 Ética e Valores

Os valores podem ser caracterizados como ideais de atitude e comportamento presente nos colaboradores. A ética são os princípios que regem o comportamento do colaborador. Os valores da LMS Tech se caracterizam por:

- Amar o que se faz;
- Honestidade;
- Respeito e Confiança;
- Foco com o cliente;
- Estar sempre aberta a mudanças;
- Trabalho em equipe;
- Motivar o time de colaboradores;

3.4 Responsabilidade Social

A LMS Tech fica à disposição de entidades de Taquaritinga-SP, como: hospitais, asilos e APAE para ajudar no que for necessário referente à tecnologia, arrecadação de materiais e uma semana da consciência, onde os materiais arrecadados (higiene e limpeza, alimentos etc.) durante o mês serão destinados a essas instituições.

3.5 Comprometimento com o meio ambiente

Baseando-se no exemplo da HP com o projeto HP Partners, a LMS Tech adotará medidas de recolhimento de itens eletrônicos como cartuchos e periféricos (até o momento apenas mouses e teclados) visando a reutilização e remanufatura desses materiais, beneficiando assim um modelo de economia circular executado pela empresa.

3.6 Diferencial da empresa

O diferencial empresarial da LMS Tech consiste na adoção de uma estratégia comercial que prioriza a liberdade criativa por parte do cliente, com consultas presenciais de oferta e estudos sobre o negócio o qual o sistema é pretendido, visando a utilização de uma técnica de captação de clientes ativa e não passiva.

4. PLANEJAMENTO O ESTRATÉGICO

Segundo (CHIAVENATO e SAPIRO, 2004) ,“planejamento estratégico está relacionado com os objetivos estratégicos em curto, médio e longo prazo que afetam a direção ou viabilidade da empresa.”

Neste capítulo serão abordados os objetivos da empresa e quais são as metas que ela deseja atingir no decorrer da sua existência

4.1 Objetivos da área

A empresa tem como objetivo no Planejamento Estratégico basear suas ações e desenvolver metas a serem seguidas pelos próximos anos e caminhar de maneira linear, com objetivos definidos e intenções claras. Isso possibilita não precisar planejar muitas coisas durante o tempo de existência.

4.2 Objetivos da empresa

Aqui serão observados os objetivos da empresa em relação ao mercado e suas metas.

4.2.1 Curto Prazo (1 ano e meio a 2 anos)

Os objetivos definidos pela empresa para seu primeiro ano de atuação são em primeiro lugar se estabilizar no mercado regional por meio da captação e fidelização de clientes, conseguindo assim pagar grande parte dos seus investimentos iniciais, como os computadores e outros produtos eletrônicos. Já para o segundo ano foi estabelecido que a prioridade será conquistar mais clientes, dando ênfase agora para o lucro e retorno para futuros investimentos.

4.2.2 Médio Prazo (2 a 5 anos)

Os objetivos de médio prazo serão direcionados em atender um número aproximado de 100 clientes por ano, aproximando assim nosso lucro de R\$150.000,00 à R\$200.000,00 anualmente e expandindo gradativamente a participação de mercado no estado de São Paulo.

4.2.3 Longo Prazo (+5 anos)

Já os objetivos de longo prazo, se caracterizam por expandir a área de atuação da empresa, deixando de comercializar apenas softwares web e trabalhar com uma gama maior de possibilidades que esse mercado nos provê, tal como a área de hospedagem de sites, e assim, estabilizar e prolongar nossa capacidade de atendimento visando o número de 200 clientes anuais, consumindo dos mais diversos serviços de desenvolvimento de TI e hospedagem de sites.

5. ÁREA DE MARKETING - GESTÃO MERCADOLÓGICA

“Marketing é processo de planejar e executar a concepção, estabelecimento de preços, promoção e distribuição de ideias, bens e serviços a fim de criar trocas que satisfaçam metas individuais e organizacionais.” (CHURCHILL JR., 2017)

5.1 Objetivos da área

Os objetivos da empresa nesta área se caracterizam por classificar e reconhecer as forças internas e as próprias fraquezas, bem como identificar as oportunidades e as ameaças do mercado.

5.2 Análise SWOT

De acordo com Chiavenato (2014),

a análise SWOT é definida de acordo com o pressuposto de que o gestor deve apontar e avaliar de forma minuciosa, os pontos fortes e fracos da organização, assim como, as oportunidades e ameaças vindas do ambiente externo e diante disso, fazer a escolha de uma estratégia que corresponda a esses aspectos classificados e garanta o sucesso da empresa.

5.2.1 Forças

As forças se caracterizam pelos pontos fortes da empresa. Na LMS Tech um dos principais pontos fortes foi o fato de que, devido a estratégia comercial e de atendimento utilizada, proporcionaremos um atendimento rápido e sem estresse ao cliente, sem a necessidade de reuniões semanais e com uma entrega totalmente de acordo com as vontades do cliente.

5.2.2 Fraquezas

As fraquezas se caracterizam por prejudicar o desempenho da empresa. Assim, o baixo número de setores dentro da empresa pode ser considerado uma fraqueza, o que delega mais funções aos sócios e assim prejudica a produção.

5.2.3 Oportunidades

As oportunidades ocorrem quando fatores externos impactam positivamente a empresa. Estudando a região verificou-se que existe um grande número de pequenas empresas e empreendedores em ascensão, o que pode facilitar na busca e captação de clientes.

5.2.4 Ameaças

Ao contrário das oportunidades, as ameaças surgem quando fatores externos prejudicam o crescimento da produtividade e desempenho da sua empresa. No nosso caso, o enfraquecimento do mercado de desenvolvimento web, com a alta tendência da programação em nuvem, e, os grandes “tubarões” do mercado de softwares web.

5.3 Objetivos de Marketing

São como metas que a empresa traça e que pretende alcançar. Para isso será necessário o planejamento de estratégias e de novas ideias para o bom desempenho da empresa. A seguir, veremos quais dessas estratégias serão utilizadas.

5.4 4 P's

O que que nós iremos vender (produto), o valor de mercado atribuído a ele (preço), o nosso local de venda ou onde iremos promovê-lo (praça) e por último, as estratégias e artifícios utilizados para promovê-lo (promoção). Sendo esses, respectivamente

5.4.1 Produto

A empresa fará a comercialização de *websites*, caracterizados em três tipos: Site de vendas, site de catálogo e a junção dos dois tipos que é o híbrido.

5.4.2 Preço

Para os preços, foram estabelecidos valores base para o produto, podendo aumentar de acordo com as necessidades do cliente:

Sites de vendas: R\$3.000,00

Sites catálogos: R\$1.500,00

Sites Híbridos: R\$6.000,00

5.4.3 Praça

Pelo fato de ser um serviço intangível e que pode ter sua produção descentralizada, optamos pelo marketing digital feito nas plataformas virtuais *Facebook*, *Instagram* e *Youtube*. Ainda assim, a empresa possuirá uma central de atendimento presencial na Rua Líbero Badaró, nº37, no centro de Taquaritinga

5.4.4 Promoção

A promoção será feita nas mídias sociais por meio de postagens variadas. Mais adiante é possível observar um modelo exemplificando essas postagens *online*.

5.6 Estratégias

Para (CONCHETTO, 2018), ‘a palavra estratégia é formada por dois termos de origem grega, "stratos" que significa "exército" e "agos", que quer dizer "liderança". De modo geral, pode ser caracterizada como atingir um objetivo utilizando-se dos seus próprios recursos.’

A LMS Tech tem como objetivo expandir gradativamente a sua atuação na região por meio da utilização de ferramentas online e do marketing digital para a atração de novos consumidores. A seguir, um modelo de cronograma para a propaganda dos dois semestres.

Tabela 1- 1º semestre 2022

1º Semestre de 2022 - Janeiro a junho																				
Mídias	Janeiro			Fevereiro			Março			Abril			Maio			Junho				
Instagram																				
Facebook																				
Youtube																				

Fonte: autoria própria, 2022

Tabela 2- 2º semestre 2022

2º Semestre de 2022 - Julho a dezembro																				
Mídias	Julho			Agosto			Setembro			Outubro			Novembro			Dezembro				
Instagram																				
Facebook																				
Youtube																				

Fonte: autoria própria, 2022

Abaixo pode-se observar o modelo de propaganda que será utilizado no *Instagram* e no *Facebook*.

SUA EMPRESA PRECISA DE ATENÇÃO?

Vamos ajudá-lo a destacar apenas o que há de melhor na sua marca e se inserir realmente no mercado!

LMS TECH
(16) 3456-7890 RUA LIBERO BADARO, 37,
JARDIM BELA VISTA, TAQUARITINGA-SP

Nos orgulhamos de ajudá-lo a realizar suas ideias de negócios para que alavanquem no mercado e colocar a sua empresa no radar comercial.

Figura 3- Propaganda para redes sociais

Fonte: autoria própria, 2022

5.6.1 Público-alvo

O público-alvo da empresa é composto por empresas de pequeno e médio porte que almejam a ampla divulgação de seus produtos e serviços pela região, de acordo com suas necessidades, provendo sempre o melhor do desenvolvimento web para esses empreendimentos e levando assim, os mesmos a ter um lugar no mundo dos negócios, com mais uma alternativa de marketing.

5.6.2 Posicionamento

“Posicionamento de marca é o lugar que a empresa quer ocupar no coração e na mente do seu público-alvo. Em outras palavras é, basicamente, a união entre segmentação e diferenciação” (FRANKENTHAL, 2022)

O posicionamento da LMS Tech é baseado na experiência do consumidor, conceito também utilizado pela rede de cafés Starbucks, onde a dinâmica entre a empresa e o cliente tende a ser o mais proveitosa possível, fundada em cima de respeito, confiança e agilidade no serviço, fazendo os clientes se interessarem em manter a manutenção de seus sites nas mãos da equipe LMS.

5.6.2.1 Logotipo e slogan

Segundo (LEOCÁDIO, 2020), “logotipo é definido como a representação visual da marca, seu objetivo é diferenciar a empresa das demais.”

Decidiu-se, para a LMS Tech, que o slogan e logo da empresa fariam alusões à inovação e informática, depois de discutir a respeito, chegou-se ao seguinte consenso:



Figura 4- Logotipo e slogan
Fonte: autoria própria, 2022

6. ÁREA DE PRODUÇÃO PARA SERVIÇO

6.1 Objetivos

Segundo Las Casas (2007), “o setor de serviços brasileiro iniciou-se a partir da década de 1970 e vem se expandindo em função do crescimento da industrialização do país.”

Ribeiro (2006) complementa que “o marketing de serviços pode ser considerado como um ato, uma ação, um desempenho que tem como objetivo o encantar o cliente na busca da satisfação de seus desejos por algo que pode comprar, mas que é intangível”.

De acordo com Cobra (2008), “o marketing de serviços busca a identificação das necessidades humanas e sociais, apontando como tarefas importantes a criação de estratégias de relações públicas e fornecimento de serviços de alta qualidade na busca de fidelidade de longo prazo dos clientes.”

Ainda nesse viés, Simões (2014) afirma que “para ter sucesso no setor é importante buscar informações necessárias para a informar ao cliente sobre os serviços garantindo confiança e satisfação deles, além de ter profissionais capacitados e com foco na busca da satisfação de clientes”.

Dessa maneira a LMS Tech busca entender as necessidades dos clientes para a realizar serviços de desenvolvimento de software, integração ou manutenção dos sistemas já existentes.

6.2 FLUXO DE SERVIÇO



Figura 5- Fluxo de serviço

Fonte: Próprio Autor, 2022

Na LMS Tech o sistema de serviços começa a partir de busca por empresas, através do mapeamento de CNPJ na microrregião para alcançar o máximo de clientes possíveis e realizar o primeiro contato com o cliente através de telefone, *E-mail*, *Whatsapp* e presencial para levantamento de requisitos, além de estudar o sistema de vendas e de trabalho, entendendo as necessidades da empresa e ou do cliente para o foco no desenvolvimento do produto.

Ao realizar toda essa etapa, será feito um protótipo para o cliente e assim convidá-lo para conhecer. A apresentação do protótipo ocorrerá, preferencialmente, na nossa empresa ou, caso da impossibilidade, poderá ocorrer onde o cliente quiser.

A estrutura física da LMS Tech com área de recepção, a área de desenvolvimento e a sala de reuniões e apresentações. Após reunião e a aprovação do cliente, é informado o prazo de entrega dos sites com os devidos ajustes para colocá-lo em andamento.

7. ÁREA FINANCEIRA

Segundo Lemes Junior (2002, apud GRUPO EVOLUÇÃO, 2022) “o planejamento financeiro direciona a empresa e estabelece o modo pelo qual os objetivos financeiros podem ser alcançados.”

7.1 Orçamento Empresarial - Investimento inicial do negócio (*Budget*)

Segundo o site Diário Financeiro (2022) o “*budget* é o orçamento e define as metas e objetivos da empresa para um determinado período”.

O orçamento inicial da LMS Tech é de R\$47.000,00 (Quarenta e Sete Mil Reais) obtido integralmente através de capital social, dividido entre os quatro sócios no valor de R\$11.750,00 (Onze Mil, Setecentos e Cinquenta Reais).

7.2 Evolução do Faturamento – Receita x Despesas (*Forecast*)

Segundo Diário Financeiro (2022), “*forecast* é elaborado mensalmente e compara os valores projetados no budget com os valores obtidos mensalmente, dessa comparação são calculados os valores que precisam ser atingidos nos meses seguintes para que se possam cumprir os objetivos traçados no orçamento inicial”.

Gráfico 1-Representação Mensal Despesas Fixas-



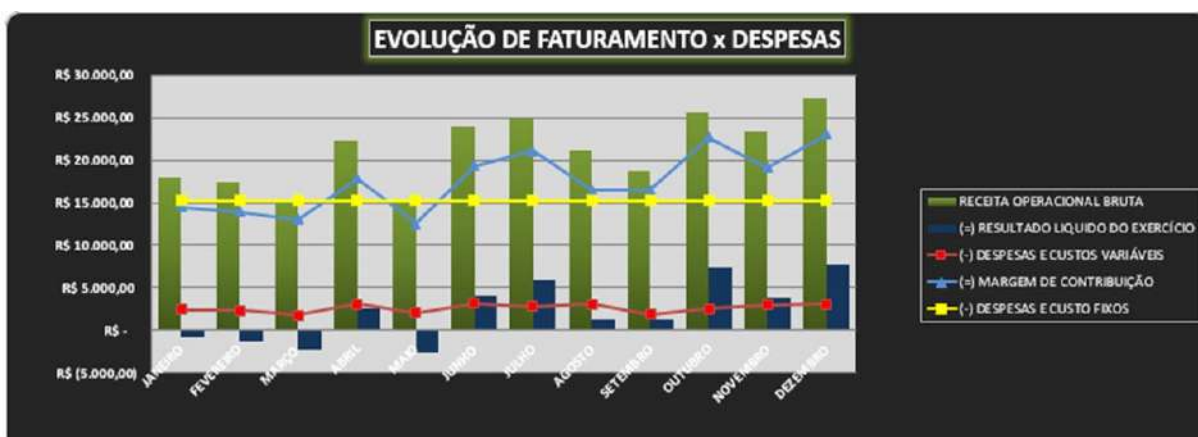
Fonte: Próprio Autor, 2022

Gráfico 2- Representação Mensal Despesas Variáveis



Fonte: Próprio Autor, 2022

Gráfico 3- Evolução do Faturamento da empresa



Fonte: Próprio Autor, 2022

O capital inicial da empresa é de R\$47.000 reais obtidos através dos 4 sócios. As despesas e custos variáveis ficaram entre R\$1.800,00 a R\$3.000,00 ao mês. As despesas e custos fixos ficaram na média de R\$15.000 ao mês.

7.3 Ponto de Equilíbrio

De acordo com o Sebrae (2022), “o ponto de equilíbrio é uma importante ferramenta de gestão financeira para identificar o volume mínimo de faturamento, evitando prejuízos”.

Gráfico 4-Ponto de Equilíbrio



Fonte: Próprio Autor, 2022

A meta mínima de faturamento gira entorno de R\$18.000,00 (Dezoito Mil Reais).

7.4 RCI – Retorno do capital investido ou prazo de retorno do investimento (*Payback*)

De acordo com Heysel e Filion (2014), “Payback pode ser definido como a medida de tempo que o projeto demora para recuperar seu capital investido, o esperado é um prazo curto de retorno”.

Gráfico 5- Payback (Prazo de Retorno)



Fonte: Próprio Autor, 2022

O prazo de retorno do investimento da LMS TECH será de 1,25 anos como pode ser observado no Gráfico 5.

8. ÁREA DE RECURSOS HUMANOS

8.1 Objetivos

Na área de Recursos Humanos, a LMS Tech tem por finalidade a contratação de freelancer para os seis primeiros meses de trabalho, com o objetivo de equilibrar a meta de vendas. Estes profissionais serão contratados de acordo com a regulamentação da Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT), recebendo por período trabalhado, não mensalmente, modalidade tratada pelo termo de "Contrato Intermitente".

8.2 Organograma Funcional

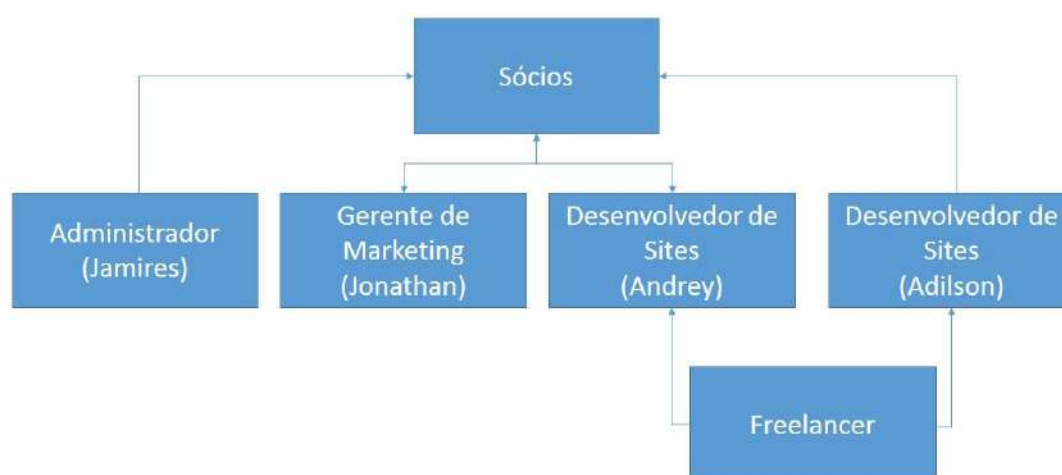


Figura 6- Organograma funcional

Fonte: Próprio Autor, 2022

8.3 Descrição de cada cargo/função

Nesta seção, encontram-se os descritivos de cada função presente na LMS Tech conforme a Classificação Brasileira de Ocupação – CBO.

8.3.1. Administrador

CBO: 2501-05

O administrador é a pessoa que é responsável por gerenciar o funcionamento de uma empresa ou organização. Cabe ao administrador o planejamento, organização, liderança e

controle de uma ou mais estruturas da empresa. Ele planeja as metas e objetivos a serem alcançados, coordena as ações necessárias para que os planos sejam realizados e gerencia os resultados dessas atividades. O administrador lida com as questões financeiras e com as pessoas que trabalham na empresa, tendo o papel de liderá-las rumo aos propósitos em que se trabalha.

8.3.2 Gerente de Marketing

CBO: 1423-15

Gerente de marketing tem como responsabilidade de pesquisar e conhecer o mercado. Analisar os dados, elabora as estratégias de comercialização e serviços em geral implementam atividades e coordenam sua execução, assessoram a diretoria e setores da empresa.

8.3.3 Desenvolvedor Web (Técnico)

CBO: 3171-05 Desenvolvedor de Sites

Executa a manutenção dos sistemas, fazendo eventuais correções necessárias, visando atender às necessidades dos usuários. Desenvolve trabalhos de montagem, depuração e testes de programas, executando serviços de manutenção nos programas já desenvolvidos.

8.4 Necessidades de Recursos Humanos / Benefícios / Treinamento Desenvolvimento (T & D)

A contratação de *Freelancer* ocorrerá para atender a demanda de serviços para os primeiros meses. O profissional contratado poderá receber bonificações por entrega de projetos de acordo com os prazos exigidos pelo Cliente.

8.5 Recrutamento e Seleção de Pessoal

A identificação do candidato será realizada através das plataformas LinkedIn e Workana.

O sistema de recrutamento do candidato será com base em suas habilidades e potencial na área de Desenvolvimento Web.

8.6 Sindicatos (Patronal e dos Empregados) / Salários

A LMS Tech será filiada ao SINDPD - Sindicato dos Trabalhadores em Processamento de Dados e Tecnologia da Informação do Estado de São Paulo.

O referido sindicato tem sede localizada na Avenida Angélica, 35 - Santa Cecília, São Paulo, SP, CEP 01227-000, telefone: (11) 3823-5600.

Conforme definido pelo Sindicato para a categoria, os salários da LMS Tech ficarão assim definidos:

Sócios - Pró-labore: R\$ 2.800,00

Freelancer: R\$ 2.800,00

A razão do salário do freelancer ser semelhante ao pró-labore dos sócios se deve ao fato de que o mesmo recebe por horas trabalhadas, fracionando o salário em horas. Ainda assim, o profissional pode ser requisitado com baixa frequência no decorrer do crescimento da empresa.

8.7 Segurança, medicina no Trabalho e CIPA - Comissão Interna de Prevenção de Acidentes: Normas Regulamentadoras NRs.

8.7.1 CIPA

Devido ao reduzido número de funcionários (05), a LMS Tech não tem obrigatoriedade de composição da CIPA. No entanto, preocupada com a prevenção de acidentes e doenças ocupacionais, estará atenta e seguirá algumas NRs.

8.7.2 NR's

NR2 - Inspeção Previa

A NR 2 trata sobre Inspeção Prévia de todos os estabelecimentos novos. Ela exige que todo e qualquer estabelecimento novo solicite ao Ministério do Trabalho (MTE) a aprovação de suas instalações antes do efetivo início das atividades.

NR17 - Ergonomia

Ergonomia física, que está relacionada com as condições físicas do trabalho, como postura e manuseio de materiais; Ergonomia organizacional, relacionada à comunicação da empresa de um modo geral; Ergonomia cognitiva, relacionada a situações que influenciam o nível mental dos trabalhadores.

NR23 - Proteção e Combate a Incêndios

A NR 23 determina que, quando identificado um foco de incêndio, o sistema de alarme deve ser acionado; o Corpo de Bombeiros deve ser chamado imediatamente; e as máquinas e aparelhos elétricos devem ser desligados, com exceção dos que não possam ser interrompidos por medidas de segurança.

Nesse caso, a empresa tem como medida de segurança o uso de Extintores de Classe A e Extintores de Classe C

9. TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

Para o bom desempenho dos trabalhos, a LMS Tech necessitará de recursos tecnológicos, *hardware* e *software*, para o seu dia a dia, como pode ser observado nesse capítulo.

WampServer: WampServer conhecido anteriormente como WAMP5, é um software publicado sob a GNU (General Public License) desenvolvido pela PHP Team. É usado para instalar rapidamente no computador os softwares PHP 5, MySQL e Apache, disponibilizando suporte ao uso de scripts PHP localmente no Windows.

Wordpress: WordPress é um CMS (Content Management System – Sistema de Gerenciamento de conteúdo), um sistema de gestão de conteúdo feito em PHP. Ele é um projeto *open-source* (código-aberto) utilizado no mundo todo. A premissa do WordPress é resolver gestão de conteúdo do mercado. A melhor aplicação para ele seria um site, no qual tem edição, informações dinâmicas e blogs. Muito utilizado hoje e conta com aproximadamente 32% de todos os sites do mundo segundo as últimas pesquisas, e 60% de mercado de CMS.

Visual Studio Code: O Visual Studio Code (VS Code) é um editor de código de aberto desenvolvido pela Microsoft. A saber, ele está disponível para Windows, Mac e Linux. É criado com Electron, ferramenta criada pelo GitHub que permite a criação de softwares Desktop com HTML, CSS e JavaScript.

Para o hardware, utilizaremos:

Desktop OptiPLex 7000 Micro

12ª geração Intel® Core™ i5-12500T (6 Núcleos/18MB/12T/2.0GHz até 4.4GHz/35W)

Windows 11 Pro português

Memória de 8 GB (1x8GB), DDR4, 3200MHz, expansível até 64GB, BCC

10. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após todo o desenvolvimento deste trabalho, pode-se concluir que este a abertura da LMS Tech auxiliará a vida de jovens empresários que sonham em rumar para o mercado empresarial, promovendo seus serviços e/ou produtos com maior eficiência e tornando seu marketing mais forte.

Os diferenciais planejados e trabalhados pela empresa possibilitarão colocar em vantagem no mercado de atuação e que, conseqüentemente, a levará atingir suas metas do plano estratégico.

Outros fatores que evidenciam um futuro promissor da empresa estão nos resultados e projeções da área financeira, que apontou um retorno do investimento em 2 anos que, se a Operação da empresa realizar o planejado, correrá de forma sólida.

A equipe da LMS Tech visa alcançar outros nichos do mercado de TI, baseando-se sempre nos valores principais da empresa: Respeito, Honestidade e Confiança, para assim, nos guiar para um futuro melhor onde a tecnologia poderá nos prover grandes coisas, pois está sendo feita e utilizada pelas mãos corretas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBERTIN, A. L. **Comércio Eletrônico: Modelo, Aspectos e Contribuições de sua Aplicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

CHIAVENATO, I.; SAPIRO, A. **Planejamento estratégico: Fundamentos e aplicações**. [S.l.]: GEN LTC, 2004.

CHURCHILL JR., G. A. **Marketing**. [S.l.]: Saraiva, 2017.

COBRA, M. **Administração de marketing no Brasil**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2008. Acesso em: 11/05/2022

CONCHETTO, L. O que é Estratégia? | Mindset Estratégico 02. **Youtube**, 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=xfdjGU_SfjY>. Acesso em: 19 Junho 2022.

DICIONÁRIO FINANCEIRO. **Budget e forecast**. Disponível em: <https://www.dicionariofinanceiro.com/budget-e-forecast/>. Acesso em: 25 mai. 2022.

DOCUSIGN. **Recursos Humanos: a importância do setor para as empresas**. Disponível em: <https://www.docuSign.com.br/blog/recursos-humanos#:~:text=A%20%C3%A1rea%20de%20Recursos%20Humanos,como%20resultado%20da%20Revolu%C3%A7%C3%A3o%20Industrial>. Acesso em: 24 mai. 2022.

FILION, C. ; HEYSEL. Y. Estimating the Payback Period of In-line Micro Turbines with Analytical Probabilistic Models. **Procedia Engineering**. 70. ed. [S.I: s.n], 2014. p. 815-822

FRANKENTHAL, R. 6 exemplos de posicionamento de marca bem-sucedidos. **Mindminers**, 2022. Disponível em: <<https://mindminers.com/>>. Acesso em: 6 Junho 2022.

GRUPO EVOLUÇÃO. **Empresas e Finanças**. Disponível em: <
http://grupoevolucao.com.br/livro/Administracao_Financeira/empresas_e_financas.html >
 Acesso em: 14 maio 2022.

JUSBRAIL. **O Freelancer na Nova CLT: como funciona o contrato de trabalho intermitente**. Disponível em: <https://basilenassin.jusbrasil.com.br/artigos/557934325/o-freelancer-na-nova-clt-como-funciona-o-contrato-de-trabalho-intermitente#:~:text=O%20contrato%20de%20trabalho%20deve,hora%20ou%20por%20valor%20di%C3%A1rio>. Acesso em: 24 mai. 2022.

LAS CASAS, A. M. **Marketing de serviços**. 5ª Ed. editora atlas; São Paulo, 2007.
 11/05/2022

LEOCÁDIO, R. O Que É Logotipo? – Definição, Características E Modelos! **Futura express**, 2020. Disponível em: <<https://www.futuraexpress.com.br/blog/o-que-e-logotipo/>>. Acesso em: 19 Junho 2022.

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE TAQUARITINGA. **Empresa Fácil**. Disponível em: <
<https://taquaritinga.mitraonline.com.br/empresafacil/>> Acesso em: 12 abril 2022.

RIBEIRO A. **Marketing e serviços: Que ainda fazem a diferença**. São Paulo: Saraiva, 2006. Acesso em: 11/05/2022.

SEBRAE. **Ponto de equilíbrio: ferramenta para manter seu negócio seguro**. 2022. Disponível em: < <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/ponto-de-equilibrio,67ca5415e6433410VgnVCM1000003b74010aRCRD#:~:text=O%20ponto%20de%20equil%C3%ADbrio%20%C3%A9,suas%20receitas%20e%20seus%20custos.>> Acesso em: 15 junho 2022.

SIMÕES, G. **Marketing de Serviços: A Satisfação de clientes voltada para a prestação de serviços de uma contabilidade**. Pará de Minas, 2014.

TREPPER, Charles H. **Estratégias de E-commerce**. Ed Original. Rio de Janeiro, Campus, 2000.

USE MOBILE. **Desenvolvimento web: entenda todo o processo**. Disponível em: <https://usemobile.com.br/desenvolvimento-web-processo/>. Acesso em: 17 mai. 2022.